

Nr. 1. Kraków, 20 października 1919. Rok I.

Nieprzewidziane przewroty wywołała wojna światowa we wszystkich dziedzinach życia i stosunków ludów Europy. Na miejsce starych, zdawałoby się niewzruszonych potęg, powstały nowe, młode twory państwowe, a jedną z pierwszych czynności ich rządów było stworzenie własnej marki pocztowej. Tak było również i w Polsce, gdy ta, po przewrocie listopadowym, powstała jako wielkie, samoistne państwo.

Filateliści polscy, którzy aż do tego czasu zbierali i badali wyłącznie tylko marki państw obcych — stanęli nagle przed własnym warsztatem pracy. Pojawiły się bowiem marki polskie, marki głoszące światu o powstaniu nowego państwa: wielkiej i potężnej Rzeczypospolitej Polskiej!

Cóż więc dziwnego, iż w tej właśnie chwili grono polskich zbieraczy marek pocztowych rozpoczyna wydawanie pisma filatelistycznego, aby już od pierwszego momentu ukazania się marki polskiej, a więc powstania **polskiej** filatelistyki — stworzyć jej centralny punkt, któryby ogniskował w sobie wszelkie studya i badania nad marką polską, był promotorem ruchu filatelistycznego na ziemiach polskich? I dlatego to oddajemy dziś w ręce tysiącznych rzesz polskich zbieraczy marek ich własny organ: „FILATELISTĘ POLSKIEGO".

Zapraszamy przeto do współpracy wszystkich Zbieraczy, prosimy o pomoc, rady i wskazówki, prosimy o nadsyłanie rozpraw, artykułów i notatek, aby „FILATELISTA POLSKI“ mógł godnie stanąć w szeregu wielkich pism filatelistycznych Europy. Przy pomocy i chętnym współudziale jak najszerszych kół Zbieraczy naszych pokonamy z łatwością nadzwyczajne trudności wydawnicze, jakie chwila obecna nastręcza i stworzymy nową, silną placówkę myśli polskiej, dowód twórczości polskiego ducha także i na polu badań filatelistycznych!

Oto motywa naszego działania, oto nasz program, w imię którego rozpoczynamy naszą pracę!

REDAKCYA
„FILATELISTY POLSKIEGO“.

Poczta w dobie odrodzenia Niepodległej Polski.

Witając pojawienie się miesięcznika „Filatelista polski“, pragniemy na wstępie zaznaczyć, że i filatelistyka nasza z doby zniesienia obcej okupacyi w Polsce służyć będzie również dokumentem, uplastyczniającym wyładowanie się u nas uczuć patryotycznych mas ludowych. Byliśmy niejednokrotnie świadkami bojkotowania marek okupacyjnych przez publiczność, co, w połączeniu z nastrojem narodowym urzędników poczty, dało impuls do tworzenia marek nadrukowych, oraz kasowników anonimowych, dla zastąpienia stempli niemieckich używanych do kasowania o skażonej nazwie miasta jak n. p. Lomza, Kolo*) i t. d.

Ilość polskich znaczków nadrukowych jest znaczną, a to z tej przyczyny, że odruchy nacyonalistyczne na poczcie powstawały kolejno w każdej z trzech dzielnic:

1. w Kongresówce w listopadzie 1918 r.
2. w Lubelskiem w grudniu 1918 r.
3. w Małopolsce w styczniu 1919 r.
4. w Poznańskiem w sierpniu 1919 r.

i 5. najwcześniejsze unarodowione marki, bo 1917 r., marki I. korpusu jenerała Dowbora Muśnickiego.

Najliczniejsze marki prowizoryczne powstały w Kongresówce. Przyczyny tego należy szukać w samym wyglądzie niemieckich marek okupacyjnych. Niemieckie marki okupacyjne posiadały na marce Rzeszy niemieckiej nadruk czarny: „Gen. Gouv. Warschau“ i po wypędzeniu okupanta zanadto przypominały nam wczorajszą jego obecność. Postąpić z tymi markami radykalnie, to jest tak, jak uczynił naród w d. 11 listopada 1918 r. usuwając okupanta, było wprost niemożebne dla braku znaczków pocztowych polskich. Poradzono sobie inaczej. Kasowanie napisów atramentem było niemożliwe ze względu, że marka przekreślona, ma zwykle charakter marki skasowanej przez pocztę, więc urzędy zastosowały w tym wypadku stemplowanie znaczków stemplami gumowymi lub metalowymi, a wyjątkowo, jako bardziej kosztownym i nie wszędzie możliwym do wykonania — drukiem. Otóż w danym wypadku sprawdziło się przysłowie „quod capita, tot sententia“, albowiem każda poczta według swego upodobania urządzała stempelki nadrukowe. Wspólną ich cechę stanowi napis, którym starano się uplastycznić Niepodległość: „poczta polska“ albo „polska poczta“. (Wyjątek stanowią znaczki nadrukowane we Włocławku: „Na skarb narodowy“).

Marki okupacyjne austryackie w dobie zniesienia okupacyi miały napis: k. k. Feldpost, czyli napis wspólny wszystkim austryackim wojennym markom albo bez żadnego specyalnego napisu, jak np. różne marki bośniackie, używane w okupacyi austryackiej, lub austryackie seryi ogólnej „z herbem“, używane w Galicyi. Nadrukowanie tych marek miało miejsce w grudniu 1918 i styczniu 1919. Cel był ten sam co i w okupacyi niemieckiej — brak znaczków pocztowych polskich, a również zapotrze-

*) Łomża używała do kasowania marek kasownika drewnianego w kształcie krzyża, a Koło arabeskę wyglądu kwiatka.

bowanie znacznych zapasów marek austryackich. Znane marki prowizoryczne okupacyi niemieckiej z nadrukiem „Poczta polska“ wykonano: w Warszawie, Kaliszu, Koninie, Łęczycy, Ozorkowie, Poddębicach, Sieradzu, Zduńskiej Woli, Pułtusku, Makowie, Łukowie, Ostrowie, Ostrołęce, Włocławku, Aleksandrowie Kujawskim, Płońsku, Brzezinach, Łowiczu, Skierniewicach, Grodzisku i Błoniu.

W okupacyi i zaborze austryackim znamy marki z nadrukami wykonanymi: w Lublinie, Krakowie, Tarnowie, Przemyślu, Mielcu i Rozwadowie. W zaborze pruskim nadruki wykonano na markach Rzeszy niemieckiej w Poznaniu.

W Bobrujsku zaś, podczas zajęcia części Białej Rusi przez I. korpus jenerała Dowbora-Muśnickiego w 1917 r. unarodowiono marki pocztowe rosyjskie.

Dla przyczyny, że marki prowizoryczne, jako mające niedługi swój żywot, a więc nadrukowane w małej ilości, należą do rzadkich, wnet pojawiły się falsyfikaty. Po dzień dzisiejszy znane są z fałszywym nadrukiem, naśladującym nadrukowane marki wykonane: w Warszawie, Kaliszu, Poddębicach, Ostrowiu, Ostrołęce, jak również zmyślone marki z Otwocka, Jędrzejowa i Olkusza. Nie jesteśmy pewni co do autentyczności marek z nadrukiem wykonanym w Myślenicach i Tarnowie; w Myślenicach: a) nadruk Polska Poczta b) orzeł bez napisu nadrukowany stempelkiem gumowym; w Tarnowie: a) nadruk Rzp. Polska b) orzeł bez napisu nadrukowany stemplem metalowym. Zwracamy się więc do filatelistów posiadających w swoich zbiorach powyższe marki na listach ze stemplem stacyi nadawczej i odbiorczej o wyjaśnienie autentyczności powyższych marek.

Marki polskie nadrukowe wykazują wiele błędów drukarskich, które, nawiasem mówiąc, nie czynią przyjemności dla zbieracza, ponieważ nie tylko, że utrudniają kompletowanie, bezpotrzebnie powiększając w zbiorach ilość okazów, lecz jeszcze często są produktem osób niepowołanych, pragnących, z przyczyn nie mających żadnej łączności z filatelistyką, brać udział w tworzeniu, tak zwanych, białych kruków.

Pragnąc być ścisłym, czujemy się w obowiązku zaznaczyć jeszcze marki wypuszczone na ziemiach polskich przez wrogie nam elementa, a mianowicie: 1) marki lwowskie powstałe przez nadrukowanie herbem Lwowa z odpowiednim napisem na markach austryackich, 2) marki „Zachodniej Ukrainy“, przeznaczone dla wschodniej Galicyi i powstałe przez nadruk na markach austryackich znaku rodowego Rurykowiczów z odpowiednim napisem, 3) marki taryby litewskiej, puszczone w obieg w Wilnie, oraz 4) marki ukraińskie, mające obieg na Rusi, a powstałe przez nadrukowanie na markach rosyjskich tylko znaku rodowego Rurykowiczów.

Marki Nr 1 zostały wykonane we Lwowie, zaś 2 zostały wykonane we Wiedniu na obstalunek galicyjskich Ukraińców, marki Nr 3 w Wilnie, Nr 4 zaś zapewne w Kijowie.

Wilhelm Bernstein.

Artystyczna wartość polskich marek pocztowych.

Zasada artystycznego ujęcia wszelkich druków państwowych, a więc i znaczków pocztowych, wyraźnie świadczy o konieczności założenia szkoły graficznej i państwowego zakładu graficznego. Jedyny w Polsce skromniutki warsztacik, ograniczający się do bardzo prymitywnych urządzeń litograficznych i miedziorytniczych, założony przed kilkunastu laty na żądanie uczniów Akademii sztuk pięknych w Krakowie, miał na celu wyszkolenie artystów grafików. Niestety nawet w tym szczupłym zakresie nie mógł się należycie rozwijać, gdyż nie znalazł należytego rozumienia u gremium profesorów a żadnego materyalnego poparcia rządu austryackiego. Jeżeli zaś mamy jakikolwiek dorobek w dziedzinie sztuk graficznych, to dzięki inicyatywie i pracy jednostek, które własnem doświadczeniem zdobyły wiedzę w zakresie nauk graficznych, ograniczając swą produkcyę do naj-

bardziej znanej i łatwej techniki. Sposoby bardziej skomplikowane były im niedostępne z braku odpowiednich urządzeń i warsztatów doświadczalnych. Masowa zaś reprodukcya nie mogła się rozwijać także ze względu na ciągłą zależność od wielkiego, obcego przemysłu. Zapotrzebowanie druków państwowych otwiera szersze pole dla rodzimej twórczości i w tym właśnie momencie widzimy dopiero nieobliczalne skutki własnej nieudolności i braku zmysłu praktycznego. Brak nawet w Polsce wyszkolonych cynkografów do zwykłych robót siatkowych, a ci, co pracują w zakladach graficznych, to przeważnie przybysze obcy. Mamy natomiast artystów malarzy, architektów, projektujących marki pocztowe, niekiedy nawet w bardzo pięknych lecz czysto malarskich a nie graficznych pomysłach i efektach. Rezultat konkursu na znaczki pocztowe — to obraz twórczości pendzla a nie rylca — to galerya miniaturowych olejnych płócien a nie produkt reprodukcyi graficznej. Uginają się one pod ciężarem usilowań malarskich sentymentów i to je stawia w rzędzie ilustracyi a nie dekoracyi i zdobnictwa, jako zasady rozwiązania graficznego w każdej bezpretensyonalnej pracy. Tem się też tłomaczy, że serya najbardziej skromnych pozornie marek, ograniczających się do symbolu państwa, wypadła najkorzystniej. Sentyment w żadnem dziele sztuki nie zaciemnia mocy środków wypowiadania się, przeciwnie technika wykonania wyzyskuje i podkreśla te właściwości, które świadczą o prawdziwych wartościach pracy. Kolizya tych zasad wprowadziła do założeń kompozycyjnych w znaczkach pocztowych moment historyczny, pejzaż, portret i architekturę jako ilustracyjny a nie dekoracyjny efekt, stąd więc powstał chaos uplastyczniony dokumentem malarskim. Na jednej z marek Bartłomiejczyka, bardzo zresztą zdolnego artysty, widzimy „orkę“. Na horyzoncie tego obrazka buja w obłokach najpospolitsze 2 kor. 50 hal. (wartość marki), w całości zaś brak zupełnie logicznego związku i wyrazu, świadczącego o zamierzonej technice wykonania pomysłu i o przeznaczeniu formy jak również i linii. Zlepek taki zawsze powstaje, gdy napis w niczem się nie łączy z plastycznie ujętym wzorem. Litera czy cyfra musi być ściśle pojęta graficznie i w związku z całością dopiero tworzy zdecydowany charakter kompozycyi. Prace celowo pomyślane do reprodukcyi graficznej mimo swej słabości w wiecznie pokutującym typowo ulubionym warszawskim baroku należą do bezwzględnie najlepszych pomysłów, a pośród nich wyróżniają się marki Trojanowskiego, Ślusarskiego, Toma i Polkowskiego. Nikt jednak w tym konkursie nie zdobył się na wyraz dzisiejszy, wszyscy prawie przemówili stylem dawno minionych wieków i w tem tkwi brak szczerej, prawdziwej twórczości.

Cel, jaki spełniać ma marka pocztowa, nie koniecznie musi się łączyć z królewską czy inną podobizną, po której bezlitośnie pieczęć wybija swe znaki. Nie sygnet średniowieczny ma świadczyć o istnieniu Polski, lecz szczera i prawdziwa myśl czy uczucie żyjącego człowieka.

Marka — ten pożądany znaczek dla zbieraczy całego świata — do tej pory była dla nas obcym symbolem władzy, nie wzbudzała więc żadnego zainteresowania; gdy jednak mamy się poszczycić własnem godłem, pieczęcią czy marką, to wytężmy wszystkie najlepsze tkwiące w nas wartości, aby pokazać, że nieznanymi nam są różnice wielkiej i małej sztuki. Jak wydawaliśmy mistrzów pendzla, tak dziś w zmienionych warunkach możemy wydać mistrzów rylca, a każda rzecz wychodząca z pod prasy własnej zaświadczy o kulturze artystycznej narodu.

W tym celu pożądana pomoc państwa znacznie przyczynić się może do rozwoju grafiki.

Kazimierz Witkiewicz.

O potrzebie słownictwa polskiego w filatelii.

Henryk Sienkiewicz w jednem ze swoich przemówień*) powiedział: „Możnaby mniemać, że Bóg tworząc Polaków rzekł im: Oto nadomiar wszystkiego daję Wam spiż dźwięczny, a niepożyty — taki, z jakiego żyjące przed wami narody stawiały posągi swym bohaterom; daję wam złoto błyszczące i giętkie, a wy z tego tworzywa uczyńcie mowę waszą.

I została ta mowa, niepożyta jak spiż, świetna i droga jak złoto, jedna z najwspanialszych na świecie, tak wspaniała, piękna i dźwięczna, że chyba tylko język dawnych Hellenów może się z nią porównać“.

Tak mówił ten sławny mistrz słowa, jakim był H. Sienkiewicz. Możnaby dodać w dalszym ciągu, że mowa Hellenów dziś już skostniała, zastygła — jak wspaniały posąg — jest obumarła, gdy nasz język rozwija się dalej wszechstronnie jak życie, niczem nie tamowane, nieogarnione — rozszerza swój zakres w coraz dalsze kręgi, w coraz nowsze dziedziny wiedzy i pracy ludzkiej.

Dopiero w ostatnich lat dziesiątkach ileż to nowych etapów nauk przyswaja sobie polskie słownictwo. Z jednej strony trzeba było ustalać terminologię różnych gałęzi wiedzy teoretycznej, z drugiej zaś różnych gałęzi zawodów praktycznych. W handlu, w przemyśle, w zakresie rzemiosł, sportu, nowoczesnej techniki wojennej, awiatyki, trzeba było tworzyć dopiero całe słowniki wyrazów specyalnych, jak całe słowniki gwar polskich, a tak bacznie zwracać na to uwagę, by te nowe nazwy w niczem nie sprzeciwiały się duchowi języka, jego historyi i tradycyi.

Nie jest bowiem ta mowa nasza — tak bogata we wszelkie odcienia dźwięków, w ogromną skalę tonów — podatną do kojarzenia pierwiastków słownych w nową całość jak to np. język grecki lub niemiecki tę zdolność posiada (np. Volksstadt, Lesebuch etc.), bo poza nielicznymi wyrazami złożonymi, jak swawola lub krajobraz, język polski takich złożeń dowolnych nie znosi. A przecież wiemy, że ekonomia, zwięzłość obowiązuje nietylko w zakresie materyałów przestrzennych, lecz zarazem i słownych. Nie każdy nowy wyraz trzeba szeroko opisywać nieraz całym zwrotem, bo jeśli się zna ogromny zapas słownictwa polskiego, to łatwo się też zdarzy, że stary wyraz dzisiaj już nawet nie będący w użyciu, może objąć na nowo służbę, jeśli go tylko zręcznie użyjemy.

Także i chwila obecna w szczególniejszy sposób nadaje się do spotęgowania coraz dalszych zakresów językowych — gdy podwaliny państwa założono, gdy obce naleciałości i wrogie wpływy usunięto, gdy kosmopolityczny nastrój państwa Habsburgów zbankrutował — usuwajmy więc w każdym względzie obcą frazeologię, a wprowadzajmy narodowy ton i szczeropolskie słownictwo.

Trudności, jakie się tu nam zwłaszcza w pierwszych chwilach uzupełniania naszego słownictwa nasuną, przy dobrej woli i zrozumieniu rzeczy dadzą się powoli pokonać, a obce dźwięki przestaną razić ucho nasze, które pierwej było może mniej czułe na tego rodzaju wyrażenia.

Pod tym względem wiele dałoby się zrobić i w słownictwie, jakiem posługuje się nasza filatelia. Nie licznemi, co prawda, posługuje się ona specyalnemi wyrażeniami, — w porównaniu z takiemi dziedzinami wiedzy, jak np. technika, — jednak przy użyciu wyłącznie własnego słownictwa, o ileż przyjemniej będzie nam jedynie niem się posługiwać. A musimy tu wziąć jeszcze jeden wzgląd pod uwagę, że liczba polskich filatelistów w ciągu wojny niepomiernie się powiększyła, a to też odgrywa przecież rolę, jaka ilościowo część społeczeństwa posługuje się obcem, rażącem nas wyrażeniem.

Nie zniechęcajmy się, o ile początkowo nowe wyrażenia nie będą całkiem poprawne, po jakimś czasie znajdziemy w miejsce niego lepsze, które się przyjmie, gdy zyska ogólne uznanie. Praca to jednak dla jednostki byłaby niełatwa, dlatego też byłoby po prostu wskazanem, aby wzięło w niej udział choć kilku jakimś duchem inwencyi obdarzonych filatelistów, którzyby

*) Mowa Sienkiewicza wygłoszona w r. 1899 przy odsłonięciu pomnika Słowackiego w Miłosławiu w Poznańskiem.

obserwacyami swojemi przy tworzeniu nowych koniecznych wyrażeń, z redakcyą tego pisma się podzielili, a redakcya odpowiedniejsze wyrażenia podałaby do wiadomości, nie narzucając z góry przez siebie ustalonych.

Gorlice, w październiku 1919 r. *F. M.*

Od Redakcyi. Celem ujednostajnienia słownictwa filatelistycznego utworzoną będzie w łonie Redakcyi osobna „Komisya słownikowa", złożona z lingwistów i zbieraczy-praktyków. Zadaniem jej będzie opracować i ustalić — zgodnie z duchem języka polskiego — poszczególne wyrażenia i określenia filatelistyczne. Aby jednak te nazwy odpowiadały także ściśle potrzebom filatelistyki prosimy już dziś Czytelników o nadesłanie propozycyi co do przekładu następujących wyrażeń:

Abart, Abstempelung, Annulato, Aufdruck, Kopfstehend, Dienstmarke, Doppelaufdruck, Durchstich, Entwertung, Entwertungssorten, Falschstempel, Farbenspielarten, -abarten, -tönnungen, Franco-Stempel, Freimarke, Filatelia, Falschstempelung, Fehldruck, Gebraucht, Gestempelt, Gefälligkeitsabstempelung, -entwertung, Geteilte Marken, Gehelftet, Kehrdruck, Kammzähnung, Linienzähnung, Lokalpostmarken, Marka, Nachdruck, Porto-Stempel, Probedruk, Neudruck, Steuerentwertung, Taxestempel, Verschlussmarken, Vorausentwertung, Zahlmarken, Zähnung, -grad, -schlüssel.

Szkodnicy polskiej filatelistyki.

Jednem z zadań, jakie „Filatelista Polski" ma przed sobą do spełnienia, jest sprawa wszechstronnego wyjaśnienia i ustalenia ważności całego mnóstwa najrozmaitszych „marek polskich", jakie się — niczem grzyby po deszczu — ukazały już w pierwszych dniach po przełomie na terenie b. Królestwa i Galicyi. W tym celu ogłosimy szereg artykułów rzeczy te wyjaśniających, aby wreszcie kres położyć niezdrowej a często wysoce niesumiennej spekulacyi, jaką się prowadzi z wielką szkodą dobrego imienia filatelistyki polskiej.

Uregulowanie tych stosunków leży zarówno w interesie całego państwa, jak i zbieraczy w Polsce i zagranicą. Tam bowiem dzięki niesłychanej wprost liczbie coraz to nowych edycyi marek wartość marki polskiej bardzo spadła, a skarb państwa poniósł już szkody w miliony koron idące!

Wydawcy tego rodzaju produktów są prawdziwymi szkodnikami filatelistyki i dlatego należy wszelkich użyć środków do ich zwalczenia i unieszkodliwienia. Zalewają oni nie tylko Polskę, ale dosłownie cały świat produktami nic z marką jako taką nie mającymi wspólnego. Szczególniej w Kongresówce wydawnictw takich było bardzo wiele.

Za przykładem Warszawy (gdzie jedynie marki Poczty miejskiej były wydane za zezwoleniem władz, a wydanie ich było spowodowane rzeczywistą koniecznością — są to więc marki prawdziwe) — poczęli spekulanci wydawać marki miejskie w mieścinach liczących po 2—4 tysiące ludności! Zbieraczy zarówno w kraju jak i zagranicą wprowadzono zaś w błąd kasowaniem marek tych dziennym stemplem pocztowym, co znaczy przecież, iż marki te zostały urzędownie wydane, a przynajmniej za takie urzędownie uznane!

Jako przykład tego rodzaju niesumiennego nadużycia dobrej wiary zbieraczy niech posłuży przykład osławionych „marek" miasta Przedborza w b. Królestwie.

W Przedborzu istniała austryacka etapowa poczta II klasy, której kierownikiem był człowiek prywatny a nie urzędnik pocztowy. Przeprowadzone jeszcze przez austryacką Dyrekcyę poczty polowej śledztwo wykazało, iż jakiś handlarz marek w porozumieniu z gminą i z owym kierownikiem Przedborskiej poczty wydali na własną rękę marki, które miały służyć tylko do pobierania należytości za doręczanie poczty na miejscu! Kasowanie tych marek dziennym stemplem pocztowym było niewątpliwem nadużyciem, a wprowadziło wszystkich w błąd! Interes ten szedł tak znakomicie, iż w przeciągu roku ukazały się cztery wydania (ząbkowane i cięte!), obecnie zaś znajduje się w handlu już 5 czy nawet 6 wydań tych „marek"! „Marki" te drukuje się

w prywatnym zakładzie w Piotrkowie. Spekulanci zmieniają tylko barwę poszczególnych wydań i niektóre szczegóły rysunku (wyd. 2 do 5). Czysty dochód „wydawców" obliczono na około 300 tysięcy koron! Kwotę tę wyciągnięto z kieszeni naiwnych zbieraczy, których złudził urzędowy stempel!

Ale: złe przykłady psują dobre obyczaje! Bo oto otrzymaliśmy w tych dniach — a więc już w czasie istnienia uporządkowanych stosunków pocztowych! — nowe „marki" miasta Chęciny! Jest to maleńka mieścina licząca 2—3000 mieszkańców. W całem miasteczku będzie może 500 ludzi, którzy odbierają listy! I dla nich wydano osobne marki? Nie — to znów jest brudna spekulacya, która się może powieść dobrze, albowiem i te marki są kasowane urzędowym stemplem pocztowym!

I przykładów takich możnaby naliczyć wiele. Oto Żarki, Rosienie, Zawiercie, Lubomla, Opatów i t. p. milionowe miasta stołeczne, których marki figurują dziś u Senfa i Michla!

Tego rodzaju gospodarce należy jednak raz już kres położyć i nie pozwolić dyskredytować na międzynarodowym rynku filatelistycznym dobrego imienia polskich marek! W pierwszej linii powołanym do tego jest rząd, który kategorycznie zakazać powinien wydawania marek prywatnych, a urzędom wzbronić surowo oddawania urzędowego stempla na usługi prywatnych spekulantów i wydrwigroszy.

Nikt nie da wiary, jak wielkie szkody poniósł już skarb państwa skutkiem zdyskredytowania marki polskiej na zagranicznych giełdach marek. Ileby można było marek urzędowych sprzedać, gdyby nie niewiara zagranicy w solidność i prawdziwość polskiej marki pocztowej.

Prosimy Szanownych Czytelników o nadsyłanie nam swego zdania w tej pilnej sprawie, abyśmy przez publiczną dyskusyę mogli te już dziś tak opłakane stosunki uregulować!

Z. K.

Marki Królestwa S. H. S.

Dawno już minęły te czasy, kiedy uważano zbieranie marek pocztowych za zabawkę dziecinną. Dzisiaj ogólnokulturalne znaczenie filatelistyki nie przedstawia już dla nikogo żadnej wątpliwości. Wszak wiele bardzo marek posiada znaczenie historyczne, jako bezpośrednie pamiątki wielkich dziejowych zdarzeń. Tu należą wszystkie marki jubileuszowe, pamiątkowe itp., przedewszystkiem zaś marki z czasów Wielkiej Wojny, jako klasyczne — żywe niejako świadki — potężnych, nieobliczalnej doniosłości przewrotów światowych.

To też bledną wszystkie inne marki wobec marek z czasów Wielkiej Wojny, są one bowiem częstokroć widocznymi dowodami ziszczenia się wiekowych marzeń całych Narodów, a więc dla nas zbieraczy tem są cenniejsze, jako symbole Wolności i Niepodległości naszego Narodu.

Z tego też powodu także i nadruk **„S. H. S."** na wielkiej liczbie marek Królestwa Serbów, Kroatów i Słoweńców, jest symbolem ostatecznego zjednoczenia przez wieki rozdzielanych pobratymców.

Aż do ukazania się w ostatnich czasach ostatecznego wydania marek dla całego państwa, były w obiegu w poszczególnych krajach Królestwa S. H. S. tymczasowe nadruki względnie ostatnie marki danych krajów.

W szkicu niniejszym chcielibyśmy przeto te wydania omówić wedle poszczególnych krajów i czasu ich ukazywania się w obiegu. Pracę naszą zaczniemy od Serbii.

SERBIA.

Tutaj kursuje od chwili przewrotu tak zwane wydanie z Korfu, które na markach zwyczajnych miało podwójny portret króla Piotra i następcy tronu, regenta ks. Aleksandra, zaś na markach dla dopłaty (porto) serbski stylizowany herb państwowy.

Marki zwyczajne mają wszystkie ten sam podwójny portret (Fig. 1.) a wydane zostały w następujących ilościach:

1	Para	czarne	725.000
2	„	oliwno-brunatne . .	1,460.000
5	„	żółto-zielone	4,080.000
10	„	różowe	4,100.000
15	„	czarno-brunatne . .	280.000
20	„	czerwono-brunatne .	280.000
25	„	niebieskie	700.000
30	„	szaro-oliwne	720.000
50	„	fioletowe	700.000
1	Dynar	brunatno-szary . .	40.000
2	Dynary	lila-brunatny . . .	40.000
5	„	czerwono-brunatny	40.000



Fig. 1.



Fig. 2.

Marek (porto) dla dopłaty (Fig. 2.) ukazały się następujące wartości:

5	Para	karminowe	72.000
10	„	żółto-zielone	108.000
20	„	szaro-oliwne	108.000
30	„	zielono-niebieskie . .	48.000
50	„	brunatne	48.000

Wszystkie te marki są drukowane na białym papierze, ząbkowanie 11, w arkuszach po 100 sztuk, względnie przy markach dla dopłaty po 120 sztuk. Uderzająco wielkie są czyste brzegi arkuszy, oraz wielkie odstępy pomiędzy poszczególnemi ćwiartkami arkusza.

BOŚNIA I HERCOGOWINA.

Natychmiast po przewrocie rozpoczęto stopniowo przedrukowywać wszystkie pozostałe zapasy marek po dawnej bośniacko-hercogowińskiej Poczcie Wojskowej.

Na pierwszy ogień poszło, krajobrazami ozdabiane, wydanie jubileuszowe z 18. VIII. 1910 r. Marki te otrzymały nadruk w trzech wierszach:



Fig. 3.

DRŽAWA S. H. S.

1918 1918

Bosna i Herzogowina

a mianowicie wartości: 3, 10, 20, 25, 60 na 50, 80 na 6, 90 na 35 hal., 2 K, 4 K na 1 K czcionkami łacińskiemi, zaś 5, 30, 40, 45, 50 hal., 3 K na 3 hal., 10 K na 2 hal. cyrylicą drukowane.

Przy zmianach wartości pomieszczano nową cyfrę wartości we środku pomiędzy obu dawnymi wartościami, skasowanymi przez nadruk czarnych kwadracików. Nadruk jest zawsze czarny, tylko na 5, 20 i 25 hal. czerwony.

Wydano:

3 hal. jasno-oliwne; 5 hal. zielone; 10 hal. czerwone; 20 hal. ciemno-brunatne; 25 hal. niebieskie; 30 hal. żółto-zielone; 40 hal. pomarańczowe; 45 hal. brunatno-czerwone; 50 hal. brunatno-fioletowe; 60/50 hal. brunatno-fioletowe; 80/6 hal. brunatne; 35/90 hal. zielono-czarne; 2 Kor, oliwne; 3 Kor./3 hal. brunatne; 4 Kor. / 1 Kor. brunatno-karminowe; 10 Kor. / 2 hal. fioletowe.

Nadruk wykazuje niestety cały szereg omyłek drukarskich i odrębności. Znane są szczególniej: Wszystkie wartości z odwróconym, podwójnym i przesuniętym nadrukiem, brakujące cyfry w liczbach lat, zbite i zamazane nadruki tekstu i wartości itp. błędy, co jednakże powinno omówić specyalne studyum.

Równocześnie przedrukowano marki dla dopłaty (porto) z wydania 1916/18. Nadruk wykonano częściowo czcionkami łacińskiemi, częściowo cyrylicą, wartości halerzowe czarnym, koronowe czerwonym drukiem. (Fig. 3.).

Niemieckie słowo „Heller“ i „Kronen“ przedrukowano serbskiemi słowy.

Całość zawiera wartości: 2, 4, 5, 6, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 50 hal. czarne, 1, 3 K czerwone.

dów 10 hal., wyd. 1916 i 15+2 hal., wyd. 1918 r. Nadruk na obu markach wykonano w czterech wierszach częściowo łacińskiemi czcionkami, częściowo cyrylicą.



Fig. 4.



Fig. 5.



Fig. 6.

Również i to wydanie roi się od rozlicznych błędów i omyłek drukarskich: są tu więc nadruki odwrócone, podwójne i przesunięte, pominięty nadruk słowa „helera“ itp. rozliczne inne omyłki.

Z całości tej szczególniej rzadką i poszukiwaną jest 15 hal. marka.

Napisem „Država S. H. S. 1918 Bosna i Herzogowina“ przedrukowano także obie marki na posyłki pospieszne oraz marki dla inwalidów

Wszystkie marki w komplecie są bardzo rzadkie. Niebraknie jednak i tu nadruków odwróconych, przesuniętych, błędów w płytach drukowych itp.

Rzadka bardzo 2 hal. marka na posyłki pospieszne znajduje się w handlu z fałszywym nadrukiem. Fałszerstwo to jednak uważny badacz łatwo odkryje, wykonano je bowiem małem pismem „antiqua“, zamiast „blokiem“.

(C. d. n.). *F. F.*

Wystawa marek w Krakowie.

Światowa filatelistyka rozwinęła się w ciągu ostatnich pięciu lat wojennych w nieoczekiwany i niebywały dotychczas sposób. Dość powiedzieć, iż specyalny katalog tylko „wojennych“ marek Kümin Beula z Zurychu obejmuje 224 stronic drobnego druku (w 16-ce)!

Z natury rzeczy i polska filatelistyka rozkwita niespodziewanie szybko. Liczymy już dzisiaj około 700 różnych marek, wszelakich dopłat, nadruków. prowizoryów i t. p. Dla tak licznej rzeszy filatelistów polskich byłoby przeto rzeczą wielkiej doniosłości zobaczyć marki te w jednem zgromadzone miejscu, rozglądnąć się w ich rodzajach, porównać fałszowane i prawdziwe, nawiązać nowe stosunki z filatelistami z innych dzielnic Polski, a więc uzupełnić swoje zbiory...

To zadanie spełni Wystawa marek, której urządzenie w Krakowie projektuje na grudzień b. r. Redakcya „Filatelisty Polskiego“.

Jakkolwiek zdajemy sobie dokładnie sprawę z trudności, jakie nas czekają, nie wątpimy ani chwili, iż zarówno nasze Towarzystwa filatelistyczne, jak i niestowarzyszeni zbieracze z uznaniem powitają myśl urządzenia tej Wystawy. Mamy również pełną nadzieję, że młode polskie Muzeum Pocztowe Ministeryum Poczty wyśle wiele swoich cennych okazów

na Wystawę. Zastrzeglibyśmy się tylko przed wydaniem osobnych marek „wystawowych“, albowiem zła pamięć, jaką pozostawiły marki „I Wystawy“ w Warszawie, zbyt boleśnie żyje do dziś dnia w pamięci, a co ważniejsza w kieszeniach zbyt niestety wielu zbieraczy marek polskich!

Zapraszamy tedy uprzejmie wszystkich polskich filatelistów do udziału w Wystawie, która obejmie nie tylko marki polskie, lecz wogóle zbiory i innych marek.

Prosimy o nadsyłanie swoich w tej kwestyi uwag i wskazówek, abyśmy mogli skorzystać z nich przy układaniu szczegółowego programu Wystawy, który będzie ogłoszony w Nr. 2 „Filatelisty Polskiego“.

Nie wątpimy, iż odezwa nasza znajdzie żywe echo w szeregach polskich Zbieraczy marek i w tej myśli prosimy serdecznie o współudział i najgorliwsze współpracownictwo!

Redakcya „Filatelisty Polskiego“.

Nowe marki.

Poczta polska: Dopłata.



Nowe marki dla markowania listów zupełnie lub częściowo nieopłaconych wydało Ministerstwo Poczty. Są to marki wielkości 18×18 mm., z napisem: Poczta polska. Dopłata. Wśród ornamentu mieści się cyfra oznaczająca wartość marki, bez oznaczenia jednakże jednostki monetarnej halerzy czy fenigów. Dla Małopolski i b. akupacyi austryackiej są te nowe marki koloru ciemno niebieskiego, dla Kongresówki czerwone. Dlaczego jednak wykonano je w dwóch kolorach, gdy nie oznaczono ich wartości walutowej?

Ogłaszamy: Polska poczta, dopłata:

2, 10, 20, 50 niebieskie.
2, 10, 20, 50 czerwone.

Marki dla rządowej korespondencyi.

Stara austryacka metoda, iż władze mogły wysyłać urzędowe pisma bez uiszczania opłaty pocztowej była powodem licznych nadużyć i wielkich strat dla skarbu państwa. Dziesiątki tysięcy niepotrzebnych pism, cyrkularzy i t. p., a co gorsza prywatnej korespondencyi szły w listach urzędowych jako „rzecz urzędowa — wolna od opłaty pocztowej“! Aby tego rodzaju manipulacyom kres położyć, zarządziło Ministerstwo Poczty wydanie specyalnych marek dla urzędowej korespondencyi. Nowe marki będą nadrukami na markach obecnie będących w obiegu. W następnym numerze podamy dokładne szczegóły.

Poczta polska w Konstantynopolu.

Na mocy polecenia Ministerstwa Poczty L. 13512/IV ogłoszonego dnia 18 czerwca b. r. w Dzienniku Urzęd. Minist. Poczty i Telegr. otwarło Pocztę polską w Konstantynopolu, która znajduje się pod zarządem tamtejszego polskiego konsula. Agentura te przyjmuje na razie z Turcyi do Polski tylko przesyłki listowe. Opłatę pocztową uiszcza się markami, w walucie markowej i obecnie kursującym z czerwonym nadrukiem „Levant“. Całość obejmuje wartości od 3 fen. do 5 mk. Cena całej seryi w handlu dochodzi do 40 mk.!

Marki tymczasowe dla Poznańskiego.



Zarząd Poczt w Poznaniu polecił w sierpniu b. r. przedrukować pozostałe zapasy ma-

rek niemieckich typu „Germania“. Wykonano nadruk czarny na markach:

5 fen. na 2 fen, szara
5 fen. na 7½ fen. pomarańczowa ciemna
5 fen. na 7½ fen. „ jasna
5 fen. na 20 fen. niebieska
10 fen. na 25 fen. pomarańczowa czarna
10 fen, na 40 fen. czerwona czarna.

Nadruk wykonano czarną matową farbą. Pismo na 2, 7½ i 20 fen. bardzo nieregularne i brzydkie. Cena seryi z 5 wartości waha się w Warszawie między 30 a 40 Mk. Marka 2/5 i 10/25 fen., wydana w niewielkich ilościach już dziś należy do rzadkości filatelistycznych.

Wystawy. Zjazdy.

Wystawa marek w Turynie będzie jeszcze w bieżącym roku otwartą. Program Wystawy obejmuje 7 klas, które rozpadają się na 24 poddziały: **Klasa A:** zbiory marek włoskich; **klasa B:** zbiory ogólne; **klasa C:** zbiory marek specyalne (n. p. marki kolonialne, Czerwonego Krzyża); **klasa D:** rzadkie marki; **klasa E:** druki próbne, fałszerstwa i t. p.; **klasa F:** albumy i przybory filatelistyczne; **klasa G:** stowarzyszenia filatelistyczne.

Wystawa marek w Krakowie, o czem piszemy na innem miejscu, otwartą będzie w drugiej połowie grudnia b. r. w salach Muzeum Techniczno-przemysłowego, co daje wszelkie gwarancye dobrego rozmieszczenia okazów, jak niemniej zupełnego bezpieczeństwa od pożaru i kradzieży. Zapowiedź wystawy wywołała żywe zainteresowanie w szerokich kołach zbieraczy. Szczegółowy program oraz skład komisyi wystawowej będzie w najbliższym czasie ogłoszony.

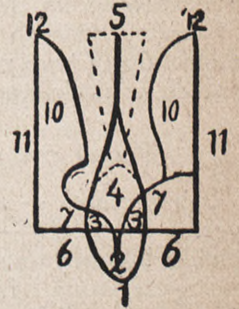
XX. Międzynarodowy Zjazd handlarzy marek będzie obradować w Berlinie 19 i 20 października b. r.

Ze świata.

Godło ukraińskie, które w kształcie trójzęba — czy wideł — widzimy w rozlicznych odmianach reprodukowane na markach ukraińskich, przedstawia kontury gołębia w locie, na którego spoglądamy z góry! Jest to „gołąb świętego Włodzimierza“, a zarysy jego postaci wzięto jako godło Ukrainy. Przy dobrej woli można na szkicu wyróżnić poszczególne części owego gołębia n. p.



Gołąb św. Włodzimierza.



1. wól, 2. dziób, 3. oczy, 4. tułów, 5. ogon, 6. bark, 7. pióra prostne, 10. lotki, 11. skrzydła, 12. końce skrzydeł.

Aresztowanie dwóch band fałszerzy marek polskich nastąpiło we Wiedniu przed niedawnym czasem. Szanowna spółka Levida jun., Mittermayer i Robiczek sfałszowała kilkanaście gatunków marek, podrabiając doskonale nadruki. Obok Fiume, Turcyi, Węgier i Czech sfałszowali oni także: Pocztę Polską na Poczcie polowej III wyd., na markach funduszu Karola oraz markach austryackich 1916/17 r. Drugie oszukańcze towarzystwo składali pp. J. Wenzlik i T. D. Wenzlik, którzy sfałszowanych przez siebie marek sprzedali pewnej dużej firmie wiedeńskiej za 34.000 K! Fałszerstwa rychło odkryto, a pomysłowi złodzieje znaleźli się pod kluczem!

Rozmaitości.

Błędy w płytach drukowych marek polskich ostatniego wydania są dosyć liczne. Tak np. na 1 Mk. marce spotykamy obok dwóch gwiazd także — półksiężyc! Marka taka znajduje się w każdym czwartym arkuszu, druga w drugim rzędzie od dołu. Na 5 Mk. markach znajdujemy aż dwa błędy w płycie drukarskiej. Mar-

ka ta przedstawia ułana na koniu. Spotykamy tedy w każdym czwartym arkuszu w pierwszym pionowym szeregu: na jednej marce około głowy ułana — gwiazdę, na następnej ku dołowi — plamkę, kształtu... bomby! przed koniem. I tak powstały osobliwości: „ks. Józef z gwiazdką" i „Ks. Józef z bombą"! albowiem w szerokich kołach publiczności ów ułan ma przedstawiać ks. Józefa Poniatowskiego.

Prosimy naszych Czytelników o dalsze, dokładne opisy tego rodzaju błędów w płytach, omyłek w nadrukach itp.!

Wzrost cen marek pocztowych.

Zbiory marek — po za swą naukową i historyczną wartością — są doskonałą lokatą kapitałów! Dowodów nie braknie! Tak np. ceglasto-czerwona 1 frankowa marka francuska, która w roku 1902 miała katalogową wartość 200 Mk — posiada dziś wedle katalogu Michla z 1919 r. wartość 2.000 Mk.! Włożony kapitał powiększył się więc w ciągu 17 lat — 14 razy, gdy złożony do kasy oszczędności — tylkoby się podwoił!

Rzadkie marki pocztowe.

Powinnoby się powiedzieć: drogie marki,— ale nie zawsze najrzadsza marka jest zarazem najdroższą! Co np. kosztuje dziś 2 pens. niebieski Mauritius? Nie wiadomo, czy możnaby tę markę kupić za 150 tysięcy koron! Czerwony, 1 penny, Mauritius kosztuje dziś bagatelną sumkę — 50.000 kor. Niektóre lokalne marki Ameryki Północnej dochodzą do cen 10—40.000 kor. za sztukę. Ale najdroższą niewątpliwie marką jest serya wojennych marek perskich z okręgu Bushire okupowanego obecnie przez Anglię. Cena tych 15 marek wynosi, wedle katalogu Kümin Beula, 41.700 franków, co wedle dzisiejszego kursu wynosi około 400 tysięcy koron! Szczęśliwy kto je posiada — chociaż i bez nich można żyć spokojnie!

Ostatnia prośba zbieracza marek.

Zmarły niedawno w Neuwaldeg pod Wiedniem znany zbieracz marek pocztowych polecił w testamencie, aby mu do trumny włożono pakiecik zawierający najrzadsze i najstarsze marki, jakie istnieją na kuli ziemskiej! Życzeniu oryginała stało się zadość, jakkolwiek filatelia zubożała o wiele przepysznych okazów!

Z pism i książek.

OD REDAKCYI.

W dziale tym pomieszczać będziemy oceny wydawnictw filatelistycznyeh swoich i obcych. Prosimy Czytelników o współpracownictwo, o nadsyłanie krytyk i sprawozdań z przeczytanych książek czy pism filatelistycznych.

Polskie marki pocztowe, katalog prac konkursowych na marki pocztowe Królestwa Polskiego, wydany staraniem i nakładem Warszawskiego Tow. Artystycznego, Trębacka 10. Warszawa 1918. Cena Mk 5.

Na 35 stronicach pięknie wydanej książeczki zebrano obfity plon pierwszego konkursu na pierwsze polskie marki! Osobna kolorowa tablica przedstawia komplet marek wybranych przez specyalną komisyę, a przeznaczonych do druku. Niezwykle staranne odbitki oddają wiernie dzieła naszych artystów dowodnie wykazując, na jakiej wyżynie stoi dziś grafika polska.

Katalog ten powinien się stanowczo znaleść w rękach każdego polskiego filatelisty.

Katalog marek polskich. Niespodziewany rozwój polskiej filatelistyki, konieczność krytycznego zestawienia i dokładndgo omówienia wszystkich marek polskich skłoniła Redakcyę „Filatelisty Polskiego" do wydania bogato ilustrowanego katalogu marek polskich! Katalog ten jest już w opracowaniu i mamy niepłonną nadzieję, iż w niedługim czasie oddamy w ręce filatelistów polskich pierwszy polski katalog polskich marek pocztowych!

M. Stein. Die Marken der Warschauer Stadtpost (Marki miejskiej poczty w Warszawie). Str. 12 i 1 tablica (format 18 × 25 cm). Cena Mk 3.

Pod powyższym tytułem ukazała się ciekawa broszura omawiająca marki warszawskiej po-

czty miejskiej. Autor jej był urzędnikiem za czasów okupacyi niemieckiej w Warszawie, miał przeto sposobność zaglądnąć za kulisy historyi wydania tych marek. Staranna praca przynosi opis samych marek, stempli do ich kasowania oraz opis fałszowania tych marek. Miłośnikom warszawskich marek miejskich pracę tę można polecić.

Kümin-Beul. Kriegsmarkenkatalog 1919. Katalog i podręcznik wszystkich marek wojennych, ozdobiony 1300 rysunkami. Zürich 1919. Cena 4·50 frank., 70 K.

Katalog Kümin-Beula jest owocem niezwykłej pracy i sumienności szwajcarskiego wydawcy i zbieracza. Jest to książka o 224 str. bitego druku, doskonale ilustrowana. Z nadzwyczajną dokładnością zebrano w niej wszystkie marki wojenne, jakie się ukazały do połowy sierpnia b. r. Polska jest bardzo dobrze i starannie opracowana i ilustrowana. Katalog przynosi 690 marek na 18 stronicach! Dopiero czytając ten katalog widzi się, jak wysoko zagranica ceni polskie marki! Niestety, cena 70 K za egzemplarz — dzięki niskiemu stanowi naszej waluty — uniemożliwi wielu filatelistom nabycie tego pod każdym względem doskonałego podręcznika!

Adres Redakcyi i Administracyi: Kraków, Plac Groble 8. Redaktor odpowiedzialny i Wydawca: Leon Dubieński.

Przedpłata wynosi w Małopolsce: rocznie K 25, półrocznie K 15. Numer pojedynczy K 2·50. W Wielkopolsce i Kongresówce rocznie Mk 14, półrocznie Mk 8. Numer pojedynczy Mk 1·50. Za granicą według kursu.

Ceny ogłoszeń: Za 1/1 stronę K 300, za 1/2 str. K 160, za 1/4 str. K 85, za 1/8 K 50. Przy 4—6-krotnem powtórzeniu ogłoszenia udzielamy 5% rabatu, przy 7—12-krotnem 10%, przy 13—14-krotnem 20%. Drobne ogłoszenia za wiersz jednoszpaltowy petitowy długości 5 cm lub jego miejsce 2 K. Ogłoszenia płatne przy zamówieniu.

CZCIONKAMI DRUKARNI LUDOWEJ W KRAKOWIE.